Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8570915
Centre d'intérêt: 640

Saucier, Robert.

Télévision et information, rêves d'un beau mariage / Robert Saucier : [pour le] Ministère de l'éducation des adultes, Direction des politiques et des plans [et le] Service de l'éducation permanente. -- [Québec] : La Direction, [1985].
15 f. ; 28 cm.

Notes bibliogr. au bas des p.

Descripteur(s): *Emission de télévision *Télévision *Diffusion de l'information *Publicité *Changement *Education du public

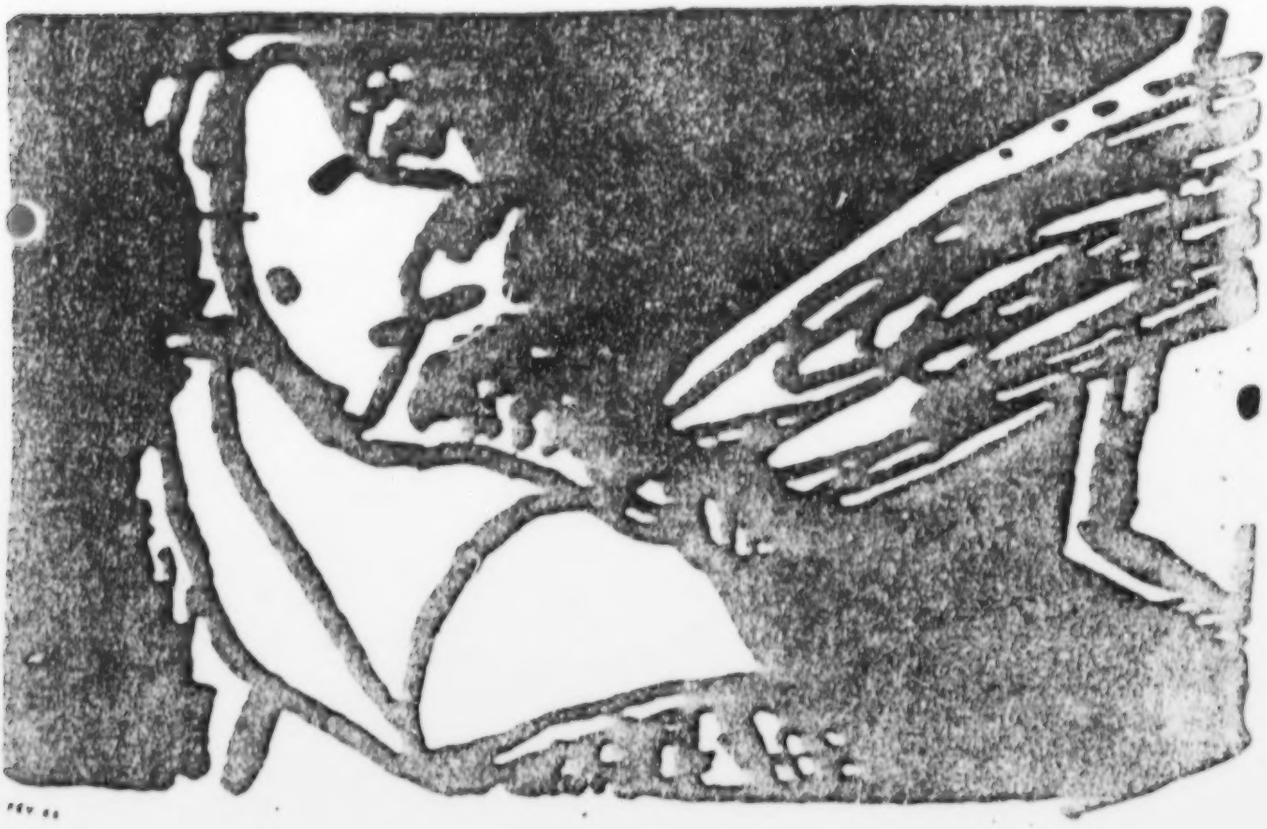
Identificateur(s) de nom: *Radio-Québec

Le 7 février 1985, le service de la recherche de Radio-Québec réunissait pour une session de créativité sur le thème de la télévision et l'information, dans l'optique du développement de Radio-Québec, six personnes qui ont acquis par leurs travaux pratiques ou théoriques une certaine intimité avec le phénomène de la télévision. L'auteur participa à la réunion. S'étant laissé prendre au jeu de cette séance de créativité, stimulé par des propositions venant des autres invités, l'auteur s'est mis lui aussi à croire qu'on pouvait rêver à une autre télévision qui serait beaucoup moins fermée sur elle-même qu'elle ne l'a été jusqu'à maintenant, qui deviendrait bricoleuse, imaginative... Il fait part, sous un mode très personnel, de son rêve: faire de Radio-Québec le premier "poste-moderne".

Type de document: r

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Éducation
Direction des politiques et des plans
Service de l'éducation permanente

Télévision et information: rêves d'un beau mariage.



ROBERT SAUCIER

There are dreams as distinct as actual experiences, so distinct that for some time after waking we do not realize that they were dreams at all; others, which are ineffably faint, shadowy and blurred; in one and the same dream, even, there may be some parts of extra-ordinary vividness alternating with others so indistinct as to be almost wholly elusive. Again, dreams may be quite consistent or at any rate coherent, or even witty or fantastically beautiful; others again are confused, apparently imbecile, absurd or often absolutely mad. There are dreams which leave us quite cold, others in which every affect makes itself felt—pain to the point of tears, terror so intense as to wake us, amazement, delight, and so on. Most dreams are forgotten soon after waking; or they persist throughout the day, the recollection becoming fainter and more imperfect as the day goes on; others remain so vivid (as, for example, the dreams of childhood) that thirty years later we remember them as clearly as though they were part of a recent experience. Dreams, like people, may make their appearances once and never come back; or the same person may dream the same thing repeatedly, either in the same form or with slight alterations. In short, these scraps of mental activity at night-time have at command an immense repertory, can in fact create everything that by day the mind is capable of—only, it is never the same.

SIGMUND FREUD

Jeudi le 7 février 1985, le Service de la recherche de Radio-Québec réunissait pour une session de créativité (réflexion collective à haute voix) sur le thème de la télévision et l'information, dans une optique de développement de Radio-Québec bien sûr, six personnes qui ont acquis par leurs travaux pratiques ou théoriques, une certaine intimité avec le phénomène de la télévision. Dont votre humble...

C'est avec plaisir que j'ai accepté de participer à cette expérience. En craignant cependant de ne pouvoir y être d'un grand apport créateur, d'y être un peu vague. A cause de mon expérience antérieure dans le domaine précisément. Dans tous les textes que j'ai consacrés à la télévision (ou à la radio et à la presse écrite), je n'ai jamais été le proposeur de développements fantaisistes. Au contraire. Comme j'abordais fondamentalement le phénomène sous l'angle de l'éducation et le plus souvent à l'occasion de *beaux programmes* proposés par des champions du développement aveugle et brutal, je n'avais guère le choix que d'être anti-développement. Ces *beaux programmes* qui sont effectivement parfois beaux au-delà de l'ironie dans le meilleur des cas, avaient en effet le défaut (impardonnable à mes yeux) d'essayer hypocritement ou innocemment de légitimer leur utilisation des fonds publics par des rationalisations boiteuses[1]. Si on considère qu'"y a rien de trop beau" pour l'éducation, qu'on nous le dise carrément, pensais-je. Mais

---

(1) Pour mémoire:
"L'utilisation de la télévision en éducation des adultes" in Revue des sciences de l'éducation, vol.VII, #3, automne 1981.
"Télévision et alphabétisation: expériences américaines et britanniques dans une perspective québécoise", in Communication Information, vol.IV, #2, hiver 1982.
"A propos de l'ordonnance de la Régie des services publics relative à la programmation éducative de Radio-Québec", in Communication Information, vol.IV, #3, été 1982.
"Mass média, éducation des adultes et culture populaire: des "promesses de bonheur" difficiles à tenir...", in Working Papers in Communication, McGill University ,1983.
"Radio éducative",in Communication Information, vol.VI, #1, 1984.

qu'on n'essaye pas de nous faire prendre toutes sortes de balounes à mauvaise haleine pour des décisions basées sur une analyse sérieuse de la situation. Enfin, maintenant on respire un peu... depuis deux ou trois ans, ils se sont tous rués sur la micro-informatique. *Logiciel! Mon mari!*

Bref, pour faire contrepoids au délire ambiant dans le monde de l'éducation, j'ai négligé toute forme de fantaisie au profit de ma rigueur critique et c'est pour cela que je croyais avoir bien peu à proposer dans cette séance de créativité. A cela s'ajoute, me disais-je en me rendant à cette réunion, le fait que je considère que la télévision telle qu'on la connaît n'est tellement pas un véhicule d'information... que les quelques exceptions qu'on y relève (le *Journal* de C.B.C., par exemple) font simplement figure d'exceptions qui confirment la règle plutôt que d'être la preuve que c'est possible. Sans compter que si on élargit le concept d'information, Radio-Québec est peut-être celle de nos télévisions dont la performance moyenne est la meilleure. Avec "Droit de parole", "Télé-services" et "Parler pour parler", Radio-Québec conjugue à merveille une saine modestie dans l'intention d'informer avec une bonne compréhension des moyens propres à la télévision, lesquels sont beaucoup plus proches de l'affectivité que d'une froide cérébralité.

C'est avec ces réflexions en tête que je me suis présenté à cette réunion, malheureux qu'il y ait peu à dire, peu à faire, et que Radio-Québec soit peut-être la meilleure des pires qu'elles sont toutes. Et puis voilà que je me suis laissé prendre au jeu de cette séance de créativité, que j'ai été stimulé par des

propositions venant des autres invités et que je me suis mis moi aussi à croire qu'on pouvait rêver à une...autre télévision, une télévision qui saurait...

> "se servir de la caméra et du micro pour transmettre une image qui se rapproche de ce que le cerveau reçoit, pas seulement de ce que les yeux voient. C'est seulement à ce moment-là que vous pouvez créer l'illusion de la réalité".
>
> Interviewer: "Autrement dit, vous déformez la réalité afin que ça ait l'air vrai?"
>
> "Exactement. Mais il faut savoir s'arrêter avant que ça devienne surréaliste!"(1)

Une télévision qui serait beaucoup moins fermée sur elle-même qu'elle ne l'a été jusqu'à maintenant. Commençons par un exemple technique, très excentrique en apparence, qui donnera temporairement raison à tous les babas qui radotaient que le médium est le message. Je veux parler du peu d'intérêt que la télévision a porté à sa bande sonore dans ses trente à quarante premières années d'existence en Amérique du Nord. A la source, au niveau de la production même, la télévision n'a jamais poussé la recherche de l'expression de nuances par la bande sonore comme on peut en trouver dans le travail presque maniaque de cinéastes comme Robert Bresson ou Jacques Tati. A l'avenant du reste, y compris l'information qui y est traitée à gros traits et en gros titres, le son de la télévision fait... bien du bruit! De même, au niveau de la diffusion, ni les

---

(1) Roone Aledge, président de ABC News, dans une interview accordée au magazine Playboy, en 1976, à l'époque où, en tant que président de ABC Sports, il établissait sa réputation de brillant innovateur qui se sert d'artifices techniques pour rendre la réalité plus palpable.

manufacturiers d'appareils, ni les subtils *broadcasters* en veste à carreaux et souliers vernis blancs n'ont jamais accordé la moindre importance à la fidélité de la retransmission de cette bande sonore déjà pauvre en partant. C'est un peu comme si, imperméables aux développements technologiques, on se contentait encore en 1985 d'écouter de la musique sur des gramophones. Evidemment, c'est vachement analogique, mais c'est aussi immédiatement rétro comme attitude. Enfin, il semble que la télévision rattrapera bientôt l'époque contemporaine à ce point de vue (point de son, devrais-je dire), puisque s'amènent sur le marché des appareils stéréophoniques de qualité comme le Toshiba CZ2984 et la Color Trak 2000 de RCA[1]

En dehors des calculs capitalistes visant à déterminer le moment le plus vénalement rentable pour introduire des innovations techniques favorisant le renouvellement d'un parc d'appareils dont on entraîne artificiellement l'obsolescence, il faut certes voir dans cette modernisation un effet de la grande popularité des vidéo clips, de M.T.V. et de tous ses rejetons nord-occidentaux depuis 1982. Autrement dit, l'effet d'une des rares sorties de la télévision hors des frontières sécurisantes de son insularité esthétique. Un effet bienfaisant qui ne se fait pas sentir qu'au niveau du son d'ailleurs, mais aussi au niveau de l'image. Après avoir fait du millage pendant trente ans avec des gros plans bons à faire beugler les vaches, voilà qu'enfin la télévision découvre l'existence du rythme, du montage.

"Le corbeau a quatre traits distinctifs; il n'admet pas

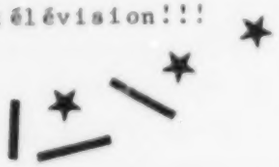
---

(1) Voir Hans Fantel, "Turn it up: A guide to better sound for video and TV", in Rolling Stone, # 442, February 28th, 1985, p.67.

d'étranger dans son cercle intime; s'il crie si fort, c'est pour ne pas entendre les bruits du dehors. D'autre part, il est convaincu que dans le monde des oiseaux lui seul existe, et que les autres ne sont que des corbeaux déguisés. Et enfin: un corbeau ne tolère pas la solitude; au moment où il s'égare et s'écarte de ses compagnons, il s'expose à la pire des angoisses, à la mort..."

Légende hassidique
(rapportée par Elie Wiesel)

Orgueilleuse et prématurément sénile, la télévision était bien seule à ne pas voir les avantages de la pollinisation entre les médias, dans les limites d'une certaine hiérarchisation au niveau de la distribution. Moins bête... le cinéma, pourtant en apparence menacé par la télévision naissante, avait presque immédiatement récupéré le gros plan pour augmenter son vocabulaire visuel. Ça doit être pour ça qu'on continue d'*écouter* la télévision!!!



Changeons maintenant de point de vue pour observer *l'état des choses* sous l'angle de la télévision traditionnelle en circuit ouvert par rapport à l'apparition des nouvelles technologies. La déclaration la plus globale que je ferais encore une fois à cet égard est certes que l'intarissable brouhaha des "penseurs" de tout acabit ne correspond toujours pas en 1985 à une (... troisième?) vague de fond qui serait en train de modifier de façon fondamentale les fréquentations culturelles du public téléspectateur nord-américain. En effet, malgré certaines innovations, le bilan actuel confirme plutôt qu'il n'infirme les comportements conventionnels. Voyons voir. Il y a bien une certaine érosion depuis 10-15 ans du pourcentage d'auditoire

fidèle aux grands réseaux en faveur des nouveaux services (télédistribution, satellite, vidéo-cassettes, télévisions payantes, télévisions spécialisées, systèmes interactifs, etc. au cas où j'en oublierais, sans compter l'utilisation sporadique de l'écran cathodique pour les jeux vidéo et pour l'ordinateur domestique je n'tiens deux!). Mais somme toute, il ne s'agit toujours que d'environ 15% du gâteau de l'auditoire que ces nombreux nouveaux services doivent en plus se partager en miettes sur la table technologique.(1) N'insistons pas plus sur les déboires connus de la télévision payante et sur la passade des jeux vidéo...

★ ★ ★

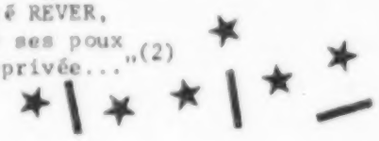
En fait, le plus significatif dans les nouvelles avenues de la télévision, c'est peut-être d'une part le piétinement dans des sentiers déjà très bien battus: par le câble (et sa rediffusion des séries les plus populaires ayant terminé leur parcours sur les grands réseaux) et par l'enregistrement domestique sur vidéocassette, le public peut consommer encore plus de ce dont il est le plus friand, c'est-à-dire de ses séries, de ses films ou de ses clips préférés, et non pas de nouvelles émissions de télévision à proprement parler. D'autre part, apparaissent pour la première fois vis-à-vis de la télévision certains comportements culturels secondaires (actifs) habituellement

---

(1) Voir plusieurs statistiques qui illustrent cette situation dans l'article d'Antonin Boisvert, "L'impact des nouvelles technologies sur les auditoires des médias conventionnels" in La recherche en communication: une priorité?, actes du 5e congrès de l'Association de la recherche en communication du Québec, avril 1984, p.43 à 51. Voir également Claude Piché, "L'écoute de la télévision ne devrait pas se ressentir des nouvelles technologies", in "L'industrie des communications", cahier spécial du journal Les Affaires, samedi 15 décembre 1984, p.S-17.
Il est à remarquer que si la chronique actuelle n'était pas tant subordonnée aux modes "prospectivistes"(lesquelles sont décidément"... promises à un grand avenir", comme disait un loustic!)nous serions probablement inondés de commentaires et d'analyses sur des phénomènes autrement plus factuels comme par exemple, le transfert massif de l'auditoire de la radio AM vers la radio FM. *O tempora! O mores!*

rattachés à des sous-cultures musicales ou cinématographiques et qui n'avaient jamais été associés au p'tit écran auparavant.(1) Je veux parler ici de l'apparition progressive (et de leur fréquentation par le public) de chroniques dans les journaux, de magazines dans les tabagies et de livres dans les librairies qui font périodiquement la recension critique des dernières parutions en vidéo-cassettes, et aussi de l'apparition dans les salons de vidéothèques de collection qui trouvent leur place parmi les livres, les disques et le téléviseur (et le micro-ordinateur pour ceux qui sont vraiment "parfas"). Mais enfin ce n'est que de façon technique et périphérique que ces comportements culturels se rattachent au p'tit écran. Ils sont en réalité beaucoup plus déterminés par une nouvelle façon de s'approprier un contenu qui lui n'est pas fondamentalement télévisuel, soit la musique (pour les clips) et le cinéma (pour les films). Tout cela n'a finalement pas grand chose à voir avec la télévision en circuit ouvert... et ces comportements marginaux n'ont guère d'impact sur l'écoute de la télévision traditionnelle. Bref, c'est pas là qu'est le danger et c'est pas là non plus que notre rêve d'un beau mariage "télévision/information" va aller se nicher.

"Maldoror lui-même n'eût pas osé RÊVER,
attardé qu'il était à compiler ses poux
et ses punaises dans sa fosse-privée..."(2)



En fait, le public et l'argent (qui vient facilement avec) sont beaucoup plus près de nous, connus depuis longtemps et logent même pas très loin de la rue Fullum. Le journal Les Affaires faisait le bilan récemment: "Télé-Métropole est probablement l'entreprise privée la plus prospère en Amérique du

---

(1) Le public téléspectateur a toujours été un peu passif comme celui de la première vague (68-69 à 75-76) de rock Heavy Metal, peu intéressé à (ou objectivement incapable de...) dépasser la consommation du produit proprement dit. Voir William Oliver Straw, Rock Music in the 1970's: The Case of Heavy Metal, January 1982, Graduate Program in Communication, McGill University.

(2) Luc Granger, Ouate de phoque, Editions parti pris, collection paroles, # 14, 1969, p.82.

Nord, sinon au monde. Avec un rendement sur le capital investi qui a oscillé entre 23% et 16% ces cinq dernières années, les investissements s'y sentent confortables"(1). Et savez-vous ce que pense de la possible arrivée d'une deuxième chaîne privée commerciale le président du conseil et chef de la direction de la télémétropoule aux oeufs d'or, M. Roland Giguère? "Il n'y a pas de place pour deux", martèle M. Giguère en interview. "Nous l'avons déjà dit et le répéterons au C.R.T.C. lors des audiences publiques. Allez le demander aux agences de publicité"(2), profère-t-il encore, un peu dans le genre *"retenez-moi, ou je vais cogner"*. Changeons donc de paragraphe...

> **At least there's TV to maintain conscience, and ratings, with a barrage of issues as fresh as last week's *Enquirer*. TV's so anxious to be topical nowadays, practically every flick of the dial brings a new exploration of vigilantism, wife beating, Agent Orange, or orange beating. "I suppose as long as we have society and problems, they'll always have something to shoot," admitted Marsha Mason, whose last two TV movies were non-musicals about toxic waste and teen suicide. We were at Elaine's, the site of controversial issues like high cholesterol and paparazzi trauma. Marsha was arguing the educational potential of TV, and I was agreeing; TV has taught me everything I know about exploitation.**(3)

Bref, nonobstant les hauts cris intéressés du P.D.G. du canal 10, on peut croire qu'il y a moyen de redistribuer les rôles de façon plus équilibrée entre les différents acteurs principaux, d'autant plus que la menace de transferts massifs de l'auditoire vers les (jeunes premiers des) nouveaux services ne se concrétise pas. Pourquoi en effet, ne pourrait-on imaginer qu'une nouvelle télévision (issue de modifications substantielles d'une "ancienne" ou encore nouvelle dans tous les sens du terme), pourquoi une "nouvelle" télévision donc ne pourrait-elle pas bouleverser les données actuelles? Imaginons un phénomène semblable à celui qu'on a pu observer ces dernières années dans la presse parisienne avec Libération. Ce journal, au départ

---

(1) Claude Piché, "Le 10 contre-attaque" in Les Affaires, 15 décembre 1984, p. S-3.

(2) Idem, p.S-3.

(3) Michael Musto, "La Dolce Musto", in The Village Voice, vol XXX,#9,February 26, 1985, p.52.

cantonné dans les retranchements d'une gauche grisâtre à la tête comme au visage, a tout à coup découvert (et le public avec lui) les vertus de l'indépendance d'esprit et du sourire moqueur ou affectueux. Résultat: grignotement par-ci, par-là, particulièrement du côté du Matin de Paris et du grand-gothique-du-soir (Le Monde), succès intellectuel et financier, toute la relation à l'information quotidienne s'en trouve transformée; le journal se défait d'un ensemble de vieux costumes et de vieilles idées et rejoint enfin la fin du 20e siècle, compagnon intello-affectif de notre "quotidien" en noir et blanc.

Paris, le 10.02.85. Ah *Libé*, je t'aime ! Tu m'informes, tu m'amuses et tu me procures des joies simples et sans mélange — et durables avec ça ! Imagine que je corresponds pas au profil de ton lecteur moyen (est-ce qu'il existe seulement, çui-là ?). Je suis vétuste et grisonnante, pour tout dire, une vieille dame digne à qui tout marchand de journaux normalement constitué tend automatiquement *Le Figaro* (pouah !). Alors c'est là que ça devient drôle — je demande — ou je prends — *Libé*, je le lis dans le métro. Quelquefois je me marre indignement sous l'œil des foules qui soupçonnent manifestement la crise de gâtisme plus ou moins précoce. C'est un bon début pour la journée.

Bises, Cunégonde.

Quand Jean Paré, le directeur général de L'Actualité, déclare que le journal est "un produit et le paradigme de l'ère industrielle" et que les journaux et la télévision "..sont devenus des institutions"(2), on peut facilement être d'accord avec lui pour la vue d'ensemble. Mais cela n'empêche pas de constater avec espoir que même chez les dinosaures de l'information, il y a parfois des métamorphoses et des renaissances.

---

(1) Courrier, Libération, jeudi 14 février 1985, p.45.

(2) Interview par Claude Piché, "Le Québec est sous-médiatisé", in Les Affaires, 15 décembre 1984, p. S-25.

Une étude récente sur le discours des jeunes Québécois (de 15 à 17 ans) sur la télévision[1] suscite probablement plus de questions qu'elle n'offre de réponses, mais je me permets d'y glaner quelques constatations des auteurs, entre autres le fait que Radio-Québec serait (avec T.V.F.O.) "le prototype de l'anti-télévision", *Gulp!* Par ailleurs, "...les producteurs américains produisent le type d'émissions qu'on préfère: les séries, les films, les variétés musicales et les sports. L'information est le seul genre télévisuel qui est exclusivement d'origine québécoise (dans la liste d'émissions regardées par les jeunes) et la préférence en ce domaine va nettement au secteur privé (Télé-Métropole)."[2] Re-*Gulp!* Un peu plus vieux et un peu plus bilingues, il se pourrait bien que la télévision "moderne, vivante, belle" que recherchent ces jeunes amène certains d'entre eux à préférer la télé américaine même pour l'information (*Nightline* sur ABC, par exemple), seul le désir d'information à caractère local pouvant encore les retenir de ce côté-ci de la frontière téloche. J'entends déjà le choeur québécois mécontent reprenant à l'unisson la triste mélopée de Colecte: "Je tombais de rêve en cauchemar, de cauchemars en convulsions nerveuses."

★ ★ ★ ★

Quand on sait par ailleurs que le rapport de la firme CEGIR, pour le ministère fédéral des Communications[3] établit qu'un nouveau réseau commercial serait viable auprès d'un public cible de jeunes adultes (25-40 ans), urbain, auquel il proposerait un contenu très nord-américain, avec des sports, du divertissement et de l'information, on peut quand même être sceptique et se dire que tout ça est finalement assez vague et spéculatif et ne nous avance à rien. Mais on peut aussi penser qu'il y a manifestement de larges

---

(1) Roger de la Garde et Line Ross, "La télévision des jeunes" in Questions de culture, # 7: "La culture: une industrie?", Institut québécois de recherche sur la culture, 1984, p.53 à 83.

(2) Roger de la Garde et Line Ross, art.cit., p.61.

(3) CEGIR, La télévision francophone au Canada: un deuxième réseau privé, 1984.

pans du public téléspectateur qui est pour l'instant à l'écoute de Radio-Canada, de Télé-Métropole ou de Radio-Québec,... par défaut. Et que si on leur offrait quelque chose de *différent*, les amateurs de lumière bleutée manifesteraient de façon non équivoque qu'ils regardent actuellement un "deuxième choix" obligé!

★ ★

Et pourtant. Pourtant. Il doit bien y avoir moyen de faire beaucoup avec peu. De redonner à notre télévision fin de siècle un vent d'imagination bricoleuse comme celui qu'insuffla la "nouvelle vague" au cinéma français du début des années '60. De s'avouer que maintenant que tout le monde a sa sécurité et son territoire protégé... l'esprit créateur souffre souvent d'une espèce de paralysie momentanée. Que c'est toton d'aller aux Foufounes Electriques en se disant qu'on va filmer la culture actuelle puis d'y arriver avec ses gros sabots de reconstruction de la réalité comme si on était dans un studio aseptisé. Là où on n'est pas. Evidemment. D'utiliser tout ce que la technologie offre comme Betacam ou autre caméra vidéo légère à la tête fouineuse, chercheuse, pour faire une télévision de la proximité, une télévision qui n'a pas peur de plonger dans le réel, quitte à... se casser le trépied à l'occasion! Vu comme ça, même la somnolente régionalisation de Radio-Québec pourrait se transformer en structure d'émulation collective (Radio-Québec, FR3: même combat! Tralala![1]). L'équivalent d'un "concours d'orchestres" où l'amateurisme inspiré l'emporterait sur le professionnalisme insipide. Une télévision qui se met en état d'inspiration et de questionnement (plutôt que de fabrication) et qui découvre avec étonnement ce qu'elle avait sous les yeux et qu'elle ne voyait plus dans son engourdissement de convention-collective-assortie-d'une consultation-du-milieu-pendant-que la-rumeur-court-que... Z.zzzz. Une télévision aussi rigoureuse

---

(1) Xavier Villetard, "Les télés privées arrivent, FR3 resserre les maillons de sa chaîne", in Libération, jeudi 14 février 1985, p.13.

dans son ravalement des façades hypocrites de l'information qu'elle peut être passionnée dans sa recherche d'une "cité idéale du progrès, où il n'y aurait plus de misérables", comme disait Emile Zola, sans se douter...

★

Pi y'a moyen de faire une piasse avec ça en plus. Riez pas trop fort, vous allez me réveiller; je rêve! Ben oui. L'Amérique du Nord doit être le seul îlôt télévisuel où la publicité est encore considérée comme du caca. Partout ailleurs, les étrangers sont surpris lorsqu'on leur dit ce qu'on pense de la publicité, alors que chez eux c'est presque un art. C'est un objet d'admiration, de commentaires savants, de prix d'excellence, d'analyses universitaires, etc. Pendant ce temps-là, chez nous, c'est *donne ta claque à la nature et confie le reste aux dégouts*! Le paradoxe atteint régulièrement son sommet avec le succès annuel de la présentation en salles de cinéma d'un festival de films publicitaires...

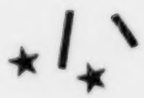
★

J'sais pas mais m'semble que si j'étais à Radio-Québec et paumé je verrais là l'occasion de me donner des fonds et un caractère très distinctif. J'innoverais. Je l'essaierais la formule du regroupement de pubs en une seule séquence, à la façon européenne. Pi j'm'en cacherais pas. J'en ferais un show. Je publiciserais ma publicité. Enfin, une télévision où l'on peut regarder de la publicité de qualité sans être continuellement... **dérangé par les programmes**. Tous les soirs à Radio-Québec, à 19heures 30: d'la pub! rien qu'd'la pub! Arrête! j'en peux *pub*!

Mes circuits sont niqués
D'puis y a un truc qui fait masse
L'courant peut plus passer
Non mais t'as vu c'qui passe
J'veux l'feuill'ton à la place
Vertige de l'amour...

★ ★ ★

Vertige de l'amour
Désir fou que rien ne chasse
L'cœur transi reste sourd
Aux cris du marchand d'glaces
Non mais t'as vu c'qui passe
J'veux l'feuill'ton à la place
Vertige de l'amour...(1)



Pleure pas mec! Le mariage de la télévision et de l'information (au sens large) et même l'adoption de la publicité, ça n'implique pas nécessairement que les feuilletons prennent le chemin de l'orphelinat. A l'opposé des lourdaudes fictions-à-message, Allan Burns, un des co-auteurs du *Mary Tyler Show* (téléroman à succès des années '70 aux Etats-Unis), résume succinctement de quelle façon leurs scénarios tenaient compte des grands débats sociaux: "Instead of dealing with issues, we dealt with getting through the day".(2) Autrement dit, pas question de faire de la morale de 5-10-15¢, ni du sentimentalisme larmoyant, ni du sensationnalisme idéologique *soft* à coups de ruptures de tabous déguisées en service public.C'est plutôt la vie intérieure des personnages, y compris tout ce que cela comporte de trouble, d'incertitudes et d'hésitations parfois, qui servait de moteur au "déroulement de l'action". Enfin, n'insistons pas, c'est probablement à ce niveau de l'intelligence des moyens et de la portée du téléroman que la télévision s'est le plus "connue elle-même" ces dernières années.

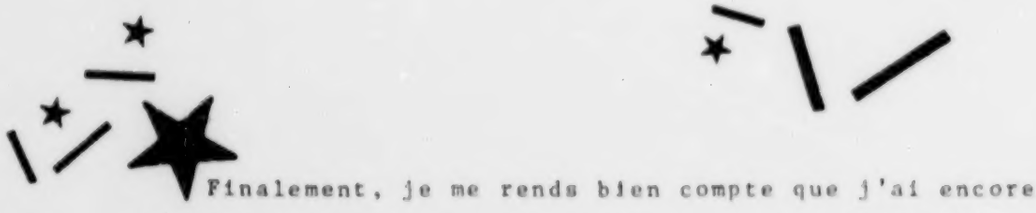
Pour en revenir plus directement à l'information, tout en restant dans la veine de la vie intérieure des personnages (et des

---

(1) Boris Bergman, "Vertige de l'amour", in Pizza, Philips 6313-129,1981,3:03.

(2) Propos rapportés par R. Duncan, The Noise: Notes from a Rock'n'Roll Era, Ticknor E Fields, New York, 1984, p.165-166.

personnes), j'aimerais signaler le cas exemplaire de la chronique "Hard Times" dans le Village Voice. Le journaliste y traite inlassablement, au fil d'une intarissable actualité sordide, des problèmes de logement à New York. Au départ, ce n'est pas un sujet rigolo. A l'arrivée non plus, d'ailleurs; dans l'univers hautement concurrentiel de New York, même le statut de fait divers est "chèrement gagné"! Mais ça devient... passionnant, si je me permets. Parce que le journaliste, sous cet angle fondamental de la vie (le logement), et par la mise en scène (écriture) de la vie quotidienne de "personnages" newyorkais (les victimes impuissantes de la spéculation immobilière), nous fait pénétrer sans complaisance à l'intérieur pourri de la *big* pomme (un univers facilement gommé par les autres médias) et démasque/interpelle au passage les responsables et bénéficiaires des vices politiques et économiques qui transforment la vie en enfer. Tout ça dans un journal hebdomadaire qui est loin de fonctionner à pertes à ce que je sache. A moins de considérer que... la fiancée est trop belle pour se prêter à de telles manoeuvres, on ne voit guère pourquoi la télévision (surtout si elle a un caractère de "service public") ne pourrait en faire autant (nous informer de la même façon) avec plusieurs sujets du même ordre?



Finalement, je me rends bien compte que j'ai encore une fois réservé la portion congrue à dire ce que devrait être la télévision. Mais comment pourrait-il en être autrement avec les mots (et à propos d'un rêve). Tout le monde se servant des mots pour décrire sa télévision idéale, le Radio-Québec de ses rêves, on se sent toujours obligé de tenir compte des mots des autres, d'y faire le tri de ce qu'on y trouve d'intéressant, de possible, de naïf, etc. Et alors? Ben alors on peut toujours donner quelques exemples de ce qui se fait déjà à la télévision et qui se rapproche de notre rêve d'une façon

ou d'une autre. Et quand ça est fait on recourt au cinéma, au journalisme et, sans nier la spécificité de la télévision, on (se) projette sur le p'tit écran des émissions qui correspondent à ce qu'on admire dans d'autres moyens d'expression/information. Aller plus loin que ça, ce serait oublier que la télévision a plus tendance à être elle-même une forme de rêve qui transporte l'auditoire, qu'un transporteur d'information proprement dit. Ce serait aussi passer insolemment en avant de la longue file de jeunes qui attendent impatiemment depuis plusieurs années que la vieille garde se taille enfin pour faire place au sang neuf dans la foile du logis.

J'imagine déjà les immenses affiches lumineuses flambant la nuit à la sortie du pont Jacques-Cartier:

RADIO-QUEBEC, LE PREMIER *POSTE*-MODERNE!

J'en rêve.

LE PREMIER POSTE-MODERNE !

"L'impassible Monsieur Craiv Lecran de Saint-Mathieu" (détail), installation/peinture de Louis Bouchard, galerie Alain Oudin, 28 bis boulevard Sébastopol, Paris 75004, 2 au 24 février 1985. Aille, Louis! Merci!

Montréal